



## ENTREVISTA

### Javier Alcázar Ortiz, presidente de TheMoveMen

**"El *crowdfunding* nos ha permitido visibilizar el cáncer masculino y romper tabúes"**



Javier Alcazar Ortiz, presidente de TheMoveMen.

Javier Alcázar Ortiz, presidente de TheMoveMen, ha convertido su experiencia personal con el cáncer de próstata en el motor de una asociación que busca dar voz, visibilidad y apoyo a quienes enfrentan el cáncer masculino. En apenas un año y medio, TheMoveMen ha logrado movilizar a empresas, instituciones y ciudadanos en torno a una causa que rompe tabúes, promueve la detección precoz y apuesta por una forma diferente de abordar la salud masculina.

## ¿Qué lo motivó a fundar TheMoveMen y cómo surgió la idea de crear esta asociación?

Soy diabético desde los 26 años, y hace casi 4 años, cuando tenía 46 años, en uno de mis reconocimientos periódicos mi endocrino estaba leyendo un artículo científico sobre la posible relación entre el cáncer de próstata y la diabetes. Fue ahí cuando me realizaron la prueba del PSA y me detectaron de una forma casual un cáncer de próstata. La verdad es que no tenía ningún referente, no sabía a qué era a lo que me iba a enfrentar, nadie habla sobre los efectos secundarios de la operación de prostatectomía radical, como son la incontinencia urinaria o la disfunción eréctil. Además, me empecé a enterar de las cifras de incidencia de este tipo de tumor en nuestro país, siendo el más prevalente en los hombres, cada año detectándose más de 35.000 casos, y lamentablemente, falleciendo 6.000 personas al año.

TheMoveMen nace casi como una obligación, ante la poca visibilización social de este cáncer, ante la casi nula expresividad de los hombres y de la sociedad en general respecto a los tabúes sobre sus consecuencias. TheMoveMen nace para visibilizar, prevenir, investigar y educar en relación al cáncer masculino (cáncer de próstata, de mama masculino, de testículo y de pene), con una clara visión a ser un referente a nivel nacional, en el que aglutinemos el sentir de hombres, mujeres, empresas, organismos públicos y privados, de una manera distinta y disruptiva, siendo más una “movimiento” que una asociación al uso.

## Desde su creación en octubre de 2023, ¿cuáles han sido los principales logros y desafíos que ha enfrentado TheMoveMen?

La propia creación de TheMoveMen ya ha supuesto un desafío en muchos sentidos, pero sobre todo el conseguir aunar voces que hasta ahora no querían alzar la voz. A los hombres no nos gusta exteriorizar demasiado sentimientos, y hablar sobre, por ejemplo, disfunción eréctil y esa mal entendida virilidad, ha costado. Un gran desafío y para mí uno de los principales logros ha sido el que hombres y mujeres alcen la voz, y hablen sin tapujos sobre el cáncer y sus consecuencias, con un único fin, salvar vidas, porque hablando se salvan vidas.

Para nosotros, desde nuestra presentación oficial en Zaragoza, el pasado 30 de noviembre de 2023, han pasado muchas cosas, muy bonitas, pero sobre todo hemos conseguido que la sociedad nos conozca, que se involucren empresas de todo tipo como colaboradoras y partícipes de este movimiento, como son Amazon, Caja Rural de Aragón, Hiberus, Silken Hoteles, Voxel, etc.

Hemos realizado más de 30 acciones en un solo año de concienciación y visibilización, hemos firmado acuerdos de colaboración con organismos como CEOE, hemos participado en debates en centros hospitalarios y acudido a congresos médicos para dar nuestra visión, la de los pacientes, desde una perspectiva diferente. En definitiva, hemos empezado a andar y a alzar la voz de una manera distinta y firme.

## La detección precoz es fundamental en la lucha contra el cáncer. ¿Qué iniciativas ha implementado TheMoveMen para promover la realización de cribado en el cáncer de próstata?

Para nosotros la detección precoz es fundamental para el tratamiento y lucha contra el cáncer. Las cifras del cáncer son alarmantes, muy desconocidas, y más en el cáncer de próstata.

Ni España ni en la Unión Europea se está implementando un cribado de cáncer de próstata, como sí sucede con el cáncer de mama femenino o el cáncer colorrectal. Es fundamental que estudiemos la forma de implementar dicho cribado, de la mano con la sanidad pública, porque en esa detección precoz, se pueden salvar muchas vidas.

Desde nuestra perspectiva, las empresas tienen en este sentido una misión esencial. Nosotros firmamos acuerdos con empresas y organismos, para que incluyan el PSA en los reconocimientos médicos a sus trabajadores a partir de los 45 años, y así poder llegar a ese cribado de una forma distinta.

## La colaboración con empresas es una de las estrategias de TheMoveMen. ¿Podría compartir ejemplos de alianzas exitosas y cómo han contribuido estas colaboraciones a la misión de la asociación?

Como ya hemos comentado, nosotros ponemos el foco en las empresas, en su capilaridad, en la manera

que tienen de llegar a la sociedad, en la forma que tienen de cuidar a su cliente externo, pero también a su cliente interno (trabajadores). Es por ello por lo que, por ejemplo, hemos firmado un acuerdo de colaboración en el que Silken Hoteles ha realizado a 176 hombres de su organización las pruebas del PSA, y hemos difundido mensajes de nutrición y formas de vida. Del mismo modo, por ejemplo, con el Grupo Jorge, mayor exportador de carne de cerdo de nuestro país, además de realizar la prueba PSA a 1.500 hombres de su plantilla, firmamos un acuerdo para lanzar la campaña “Dejemos al cáncer fuera de carta”, involucrando a más de 20 restaurantes de Zaragoza capital en la elaboración de menús y platos de comida saludable durante el mes de junio de 2024, y demostrando que comer fuera de casa puede ser saludable y ayuda a la prevención, teniendo hábitos de vida saludable.

Estos son solo algunos de los ejemplos de los acuerdos y acciones que llevamos a cabo con empresas y sus trabajadores.

**El crowdfunding se ha convertido en una herramienta importante para financiar proyectos. ¿Ha utilizado TheMoveMen esta modalidad para financiar sus iniciativas? De ser así, ¿cómo ha sido la experiencia y qué resultados han obtenido?**

La financiación de proyectos tiene que ser una manera transparente de involucrar a la ciudadanía y al tejido empresarial. Nosotros realizamos acciones para la recaudación de fondos para llevar a cabo nuestros proyectos y también para la investigación contra el cáncer. El año pasado entregamos una donación de 6.000 euros para un proyecto de investigación denominado “Biopsia virtual”, encabezado por el investigador del Instituto de Investigación Sanitaria de Aragón, Alberto J. Schuhmacher.

Como ejemplos de ese *crowdfunding* a nivel social, realizamos nuestra afeitada solidaria denominada “Afeita tus prejuicios”, en el que los resultados a nivel de recaudación han sido maravillosos, pero sobre todo en cuanto a la visibilización de la acción a nivel de medios de comunicación, concienciando, rompiendo moldes y tabúes.

A nivel empresarial, otra de las acciones a destacar han sido la acción “Dejemos al cáncer fuera de carta”,

o la carrera “*Backyard loop pv*”, una carrera no competitiva en la que casi 100 valientes realizaron una ultra trail de más de 80 km en distintas categorías, una prueba de superación individual y colectiva, en la que las empresas y particulares pudieron donar para proyectos de investigación.

De igual modo y gracias a la colaboración empresarial, hemos podido lanzar junto con el servicio de próstata del Hospital Miguel Servet de Zaragoza, la iniciativa “Vigores-pro”, en la que realizamos ejercicio físico con pacientes de cáncer de próstata y sus parejas, algo que nos parece fundamental para el cuidado y la prevención.

Seguimos ideando acciones para poder llevar a muchos puntos del país TheMoveMen y poder visibilizar el cáncer masculino.

**Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los próximos proyectos o metas que tiene TheMoveMen para continuar su labor en la concienciación y prevención del cáncer de próstata?**

La verdad que, tras casi año y medio de vida, y siendo muy jóvenes todavía, tenemos la sensación de que hemos hecho muchas cosas, hemos visibilizado mucho, hemos salvado vidas, pero también somos conscientes de que nos queda mucho trabajo como organización y como sociedad.

Nuestros principales pasos tienen que ser asentar nuestro modelo colaborativo, nuestra forma de pensar, con unos cimientos fuertes, teniendo claro nuestros valores, nuestra transparencia e independencia, nuestra forma de ver la vida y el cáncer, que no es otra que realista pero vitalista.

Este año como hito a destacar, será nuestra presentación a nivel nacional en Madrid, en el mes de noviembre, así como acciones fuera de Aragón, como en la Comunidad Valenciana. Hemos de recordar que somos una asociación inscrita a nivel nacional, queriendo estar implantados en las principales capitales de provincia en el medio y largo plazo, eso sí, con unas bases y principios bien arraigados, con criterios sostenibles económicamente, y con un respaldo social acorde con las cifras del cáncer masculino.